

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

TOPSPORTS INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

滔搏國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：6110)

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月 中期業績公告

財務摘要

		未經審核 截至 8 月 31 日止六個月	
		2025 年	2024 年
收入	人民幣百萬元	12,298.6	13,054.7
毛利	人民幣百萬元	5,037.4	5,362.4
經營利潤	人民幣百萬元	993.8	1,120.9
本公司權益持有人應佔利潤	人民幣百萬元	789.1	873.8
毛利率	%	41.0	41.1
經營利潤率	%	8.1	8.6
本公司權益持有人應佔利潤率	%	6.4	6.7
每股盈利－基本及攤薄	人民幣分	12.72	14.09
每股股息 - 中期	人民幣分	13.00	14.00
平均應收貿易賬款周轉期	日數	12.6	16.1
平均應付貿易賬款周轉期	日數	8.2	14.8
平均存貨周轉期	日數	150.0	148.3
		未經審核 於 2025 年 8 月 31 日	經審核 於 2025 年 2 月 28 日
槓桿比率	%	淨現金	淨現金
流動比率	倍	2.0	2.4

中期業績

滔搏國際控股有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」或「董事」）宣佈本公司及其附屬公司（合稱「本集團」）截至 2025 年 8 月 31 日止六個月之未經審核的中期業績及 2024 年同期的對比資料如下：

簡明綜合損益表

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月

	附註	未經審核 截至 8 月 31 日止六個月	
		2025 年 人民幣百萬元	2024 年 人民幣百萬元
收入	4	12,298.6	13,054.7
銷售成本	6	(7,261.2)	(7,692.3)
毛利		5,037.4	5,362.4
銷售及分銷開支	6	(3,575.4)	(3,821.9)
一般及行政開支	6	(505.5)	(495.0)
計提應收貿易賬款減值		(1.7)	(1.8)
其他收入	5	39.0	77.2
經營利潤		993.8	1,120.9
融資收入		43.3	46.8
融資成本		(52.1)	(59.3)
融資成本，淨額	7	(8.8)	(12.5)
除所得稅前利潤		985.0	1,108.4
所得稅開支	8	(197.0)	(234.6)
期內利潤		788.0	873.8
下列人士應佔：			
本公司權益持有人		789.1	873.8
非控制性權益		(1.1)	-
		788.0	873.8
期內本公司權益持有人應佔利潤的每股盈利		人民幣分	人民幣分
每股基本及攤薄盈利	9	12.72	14.09

簡明綜合全面收益表

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月

	未經審核	
	截至 8 月 31 日止六個月 2025 年 人民幣百萬元	2024 年 人民幣百萬元
期內利潤	788.0	873.8
其他全面收益		
不會重新分類至損益表之項目：		
匯兌差額	-	(0.2)
日後可能重新分類至損益表之項目：		
匯兌差額	(5.2)	22.6
期內全面收益總額	782.8	896.2
下列人士應佔：		
本公司權益持有人	783.9	896.2
非控制性權益	(1.1)	-
	782.8	896.2

簡明綜合資產負債表

於 2025 年 8 月 31 日

		未經審核 於 2025 年 8 月 31 日 人民幣百萬元	經審核 於 2025 年 2 月 28 日 人民幣百萬元
資產	附註		
非流動資產			
物業、廠房及設備		474.2	541.4
使用權資產		1,684.5	1,818.5
無形資產		1,038.5	1,045.8
長期按金、預付款項及其他應收款項		183.2	207.3
公允價值衡量透過損益之金融資產		45.9	45.9
遞延所得稅資產		269.9	257.2
		<u>3,696.2</u>	<u>3,916.1</u>
流動資產			
存貨	11	5,833.9	6,004.0
應收貿易賬款	12	934.9	751.9
按金、預付款項及其他應收款項		737.1	646.4
短期抵押銀行存款		2,630.2	996.7
現金及現金等價物		2,538.1	2,587.4
		<u>12,674.2</u>	<u>10,986.4</u>
資產總值		<u>16,370.4</u>	<u>14,902.5</u>
負債			
非流動負債			
租賃負債		760.2	1,121.4
遞延所得稅負債		248.6	226.0
		<u>1,008.8</u>	<u>1,347.4</u>

簡明綜合資產負債表

於 2025 年 8 月 31 日

	附註	未經審核 於 2025 年 8 月 31 日 人民幣百萬元	經審核 於 2025 年 2 月 28 日 人民幣百萬元
流動負債			
應付貿易賬款	13	304.5	343.4
其他應付款項、應計費用及其他負債		736.7	941.0
短期借款	14	3,900.0	2,130.0
租賃負債		1,062.3	813.5
即期所得稅負債		384.4	268.2
		6,387.9	4,496.1
負債總值			
		7,396.7	5,843.5
資產淨值			
		8,973.7	9,059.0
權益			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		-	-
其他儲備		1,894.0	1,886.5
保留溢利		7,080.6	7,172.3
		8,974.6	9,058.8
非控制性權益		(0.9)	0.2
權益總值		8,973.7	9,059.0

簡明綜合現金流量表

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月

	未經審核 截至 8 月 31 日止六個月	
	2025 年 人民幣百萬元	2024 年 人民幣百萬元
經營業務所產生的現金流量		
經營產生的現金淨額	1,425.6	2,702.9
支付所得稅	(70.9)	(89.4)
經營業務所產生的現金淨額	1,354.7	2,613.5
投資活動所產生的現金流量		
購買物業、廠房及設備及無形資產支付款項	(125.1)	(157.3)
出售物業、廠房及設備所得款項	1.4	0.7
存入其他銀行存款	(9,950.0)	(3,150.0)
提取其他銀行存款	9,950.0	3,150.0
已收利息	33.4	46.2
投資活動所使用的現金淨額	(90.3)	(110.4)
融資活動所產生的現金流量		
短期借款所得款項	3,900.0	950.0
償還短期借款	(2,130.0)	(720.1)
存入短期抵押銀行存款	(2,630.2)	(150.0)
提取短期抵押銀行存款	996.7	126.1
支付租賃負債（含利息）	(570.7)	(575.7)
已付銀行借款之利息	(11.4)	(9.5)
已付股息	(868.1)	(1,240.3)
融資活動所使用的現金淨額	(1,313.7)	(1,619.5)
現金及現金等價物的（減少）／增加淨額	(49.3)	883.6
於期初的現金及現金等價物	2,587.4	1,956.0
於期末的現金及現金等價物	2,538.1	2,839.6

附註

1 一般資料

滔搏國際控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（合稱「本集團」）主要於中華人民共和國（「中國」）從事運動鞋服產品銷售及向其他零售商出租用於聯營銷售的商業場所。本公司的註冊辦事處地址為P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司於2018年9月5日在開曼群島根據開曼群島法律第22章（1961年第3號法例）公司法（2018年修訂版，經不時修訂、補充或以其他方式修改）註冊成立為受豁免有限公司。自2019年10月10日，本公司股份在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。於2025年8月31日，沒有任何一方持有本公司50%以上的股權。

簡明綜合中期財務資料以人民幣（「人民幣」）列報且全部金額約整至最近0.1百萬元（「人民幣0.1百萬元」）（除非另有說明）。

截至2025年8月31日止六個月的簡明綜合中期財務資料未經審核，並已由本公司外聘核數師審閱。此簡明綜合中期財務資料已於2025年10月22日獲董事會批准發佈。

2 編製基準及會計政策

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的簡明綜合中期財務資料乃根據國際會計準則（「國際會計準則」）第 34 號「中期財務報告」編製，並應與本集團截至 2025 年 2 月 28 日止年度的綜合財務報表乃根據國際財務報告準則會計準則一併閱讀。

除另有說明外，編製該簡明綜合中期財務資料採用的主要會計政策與截至 2025 年 2 月 28 日止年度的綜合財務報表一致。

中期期間的所得稅乃按照預期年度總盈利適用的稅率累計。

(a) 本集團採納的準則之修訂

本集團已於 2025 年 3 月 1 日開始之年度報告期間首次採用以下準則及修訂：

國際會計準則第 21 號之修訂

採納該等準則修訂對本集團的中期財務資料並無重大影響。

2 編製基準及會計政策（續）

(b) 已頒佈但尚未生效的新準則及準則之修訂

若干新訂準則及現有準則之修訂於報告期間已頒佈但尚未強制生效。於 2025 年 3 月 1 日開始生效，但尚未獲本集團提早採納：

國際財務報告準則第 9 號及 國際財務報告準則第 7 號之修訂	對金融工具分類及計量 ⁽¹⁾
國際財務報告準則第 9 號及 國際財務報告準則第 7 號之修訂	涉及依賴自然電力的合約 ⁽¹⁾
國際財務報告準則第 18 號	財務報表呈列及披露 ⁽²⁾
國際財務報告準則第 19 號	非公共受託責任附屬公司的披露 ⁽²⁾
國際財務報告準則第 10 號及 國際會計準則第 28 號之修訂	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產 出售或注入 ⁽³⁾

- (1) 於二零二六年三月一日開始之年度期間對本集團生效。
(2) 於二零二七年三月一日開始之年度期間對本集團生效。
(3) 生效日期待確定。

董事會已對該等新準則及準則修訂進行評估，初步結論為採納該等新準則及準則修訂預期不會對本集團的財務表現及狀況產生重大影響。

3 分部資料

本集團主要從事運動鞋服產品銷售及向其他零售商出租用於聯營銷售的商業場所。

主要經營決策者（「主要經營決策者」）被確認為執行董事及高層管理人員。主要經營決策者通過審閱本集團的內部報告以評估業績表現及分配資源。管理層根據為提供予主要經營決策者審閱的內部報告對經營分部作出判定。主要經營決策者定期評估本集團的整體業務活動表現，而本公司董事認為本集團僅有一個可報告分部。因此，並未呈列分部資料。

本集團的絕大部分收益均來自位於中國的外部客戶。

於 2025 年 8 月 31 日及 2025 年 2 月 28 日，本集團的絕大部分非流動資產均位於中國。

4 收入

	截至 8 月 31 日止六個月	
	2025 年	2024 年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
銷售貨品	12,223.6	12,960.1
聯營費用收入	62.1	73.2
其他	12.9	21.4
	<u>12,298.6</u>	<u>13,054.7</u>

5 其他收入

	截至 8 月 31 日止六個月	
	2025 年	2024 年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
政府補貼（附註）	39.0	77.1
其他	-	0.1
	<u>39.0</u>	<u>77.2</u>

附註：政府補貼包括已收中國各地方政府的補貼。

6 按性質劃分的開支

	截至 8 月 31 日止六個月	
	2025 年	2024 年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
確認為開支並計入銷售成本的存貨成本	7,161.1	7,601.7
員工成本	1,291.3	1,361.5
租賃開支	991.3	1,089.1
使用權資產折舊	378.1	468.6
物業、廠房及設備折舊	193.0	233.0
無形資產攤銷	8.5	9.7
出售使用權資產的虧損／（收益）		
（包括在銷售及分銷開支）	43.3	(41.9)
物業、廠房及設備沖銷	1.0	0.6
確認為開支並計入銷售成本的存貨淨減值（附註 11）	100.1	90.6
使用權資產減值（包括在銷售及分銷開支）	133.7	118.9
計提物業、廠房及設備減值	3.4	18.4
其他稅項開支	36.5	30.8
其他	1,000.8	1,028.2
	<u>11,342.1</u>	<u>12,009.2</u>

銷售成本、銷售及分銷開支以及一般及行政開支之總額

7 融資成本，淨額

	截至 8 月 31 日止六個月	
	2025 年	2024 年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
銀行存款利息收入	43.3	46.8
融資收入	43.3	46.8
銀行借款利息開支	(14.9)	(8.5)
租賃負債利息開支	(37.2)	(50.8)
融資成本	(52.1)	(59.3)
融資成本，淨額	(8.8)	(12.5)

8 所得稅開支

	截至 8 月 31 日止六個月	
	2025 年	2024 年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
即期所得稅－中國企業所得稅		
－本期	173.0	225.1
－過往年度撥備（超額）／不足	(4.6)	25.8
－預扣稅	18.7	12.5
遞延所得稅	9.9	(28.8)
	197.0	234.6

所得稅開支已按本集團經營所在的稅務管轄區內通行的稅率計提。

根據開曼群島現行法律，本公司無須繳納所得稅或資本利得稅。在香港註冊成立的附屬公司須按 16.5% 的稅率繳納香港利得稅（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：16.5%）。由於本集團在香港並無估計應課稅利潤，故並未計提香港利得稅。於期內，除部分附屬公司享受的各種稅務優惠以外，本公司在中國成立的大多數附屬公司均須按 25%（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：25%）的稅率繳納中國企業所得稅。

根據在中國通行的適用稅務條例，在中國成立的公司向外國投資者分配的股息一般須繳納 10% 的預扣稅。倘外國投資者是在香港註冊成立，根據中國大陸與香港之間的避免雙重徵稅安排，在滿足若干條件的情況下，適用於相關預扣稅率將從 10% 降至 5%。

9 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利乃按本公司權益持有人應佔利潤除以期內已發行普通股的加權平均數計算。

		截至 8 月 31 日止六個月	
		2025 年	2024 年
本公司權益持有人於期內應佔利潤	人民幣百萬元	789.1	873.8
就每股基本盈利而言的普通股 加權平均數	千股	6,201,222	6,201,222
每股基本盈利	人民幣分	12.72	14.09

(b) 攤薄

截至 2024 年及 2025 年 8 月 31 日止六個月，並無潛在攤薄普通股，故所示每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

10 股息

- (a) 於 2025 年 10 月 22 日舉行的會議上，董事宣派截至 2026 年 2 月 28 日止年度的中期股息每股普通股人民幣 13.00 分或相當於 14.01 港分（合共人民幣 806.2 百萬元），該股息於回顧期後宣派及將不會於本中期財務資料內列為應付股息。
- (b) 於 2025 年 5 月 21 日舉行的會議上，董事建議派發截至 2025 年 2 月 28 日止年度的末期股息每股普通股人民幣 2.00 分或相當於 2.15 港分（合共人民幣 124.0 百萬元）及特別股息每股普通股人民幣 12.00 分或相當於 12.88 港分（合共人民幣 744.1 百萬元），該股息已於 2025 年 7 月 18 日獲本公司股東批准，並已於截至 2025 年 8 月 31 日止六個月期間內派付。
- (c) 於 2024 年 10 月 23 日舉行的會議上，董事宣派截至 2025 年 2 月 28 日止年度的中期股息每股普通股人民幣 14.00 分或相當於 15.07 港分（合共人民幣 868.2 百萬元），該股息已於截至 2025 年 2 月 28 日止年度內派付。
- (d) 於 2024 年 5 月 22 日舉行的會議上，董事建議派發截至 2024 年 2 月 29 日止年度的末期股息每股普通股人民幣 5.00 分或相當於 5.32 港分（合共人民幣 310.1 百萬元）及特別股息每股普通股人民幣 15.00 分或相當於 15.97 港分（合共人民幣 930.2 百萬元），該股息已於 2024 年 7 月 19 日獲本公司股東批准，並已於截至 2024 年 8 月 31 日止六個月期間內派付。

11 存貨

	於 2025 年 8 月 31 日 人民幣百萬元	於 2025 年 2 月 28 日 人民幣百萬元
待售商品	6,152.6	6,222.6
減：減值虧損撥備	(318.7)	(218.6)
	<u>5,833.9</u>	<u>6,004.0</u>

存貨成本人民幣 7,161.1 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 7,601.7 百萬元）及存貨減值撥備變動人民幣 100.1 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 90.6 百萬元）已計入截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的銷售成本。

12 應收貿易賬款

	於 2025 年 8 月 31 日 人民幣百萬元	於 2025 年 2 月 28 日 人民幣百萬元
應收貿易賬款	943.3	758.6
虧損撥備	(8.4)	(6.7)
	<u>934.9</u>	<u>751.9</u>

本集團透過百貨商場的聯營銷售額及透過電子商務平台的銷售額通常分別可於發票日期起 30 日及 15 日內收回。於 2025 年 8 月 31 日，應收貿易賬款根據發票日期的賬齡分析如下：

	於 2025 年 8 月 31 日 人民幣百萬元	於 2025 年 2 月 28 日 人民幣百萬元
0 至 30 天	919.4	730.8
31 至 60 天	6.3	9.6
61 至 90 天	2.6	7.0
超過 90 天	15.0	11.2
	<u>943.3</u>	<u>758.6</u>
虧損撥備	(8.4)	(6.7)
	<u>934.9</u>	<u>751.9</u>

應收貿易賬款的賬面值與其公允價值相若，並以人民幣計值。

13 應付貿易賬款

供應商授予的一般信貸期通常在 0 至 60 天的範圍。於 2025 年 8 月 31 日，應付貿易賬款根據發票日期的賬齡分析如下：

	於 2025 年 8 月 31 日 人民幣百萬元	於 2025 年 2 月 28 日 人民幣百萬元
0 至 30 天	300.8	339.1
31 至 60 天	1.5	3.5
超過 60 天	2.2	0.8
	<u>304.5</u>	<u>343.4</u>

應付貿易賬款的賬面值以人民幣計值。由於短期性質，因此其賬面值與公允價值相若。

14 短期借款

	於 2025 年 8 月 31 日 人民幣百萬元	於 2025 年 2 月 28 日 人民幣百萬元
銀行貸款 – 無抵押（附註(a)）	-	400.0
銀行貸款 – 有抵押（附註(b)）	3,900.0	1,730.0
	<u>3,900.0</u>	<u>2,130.0</u>

附註：

(a) 於 2025 年 2 月 28 日，本集團的無抵押銀行貸款按固定利率計息，加權平均年利率為 1.2%。本集團短期借款的賬面值以人民幣計值並與其公允價值相若。

(b) 於 2025 年 8 月 31 日，借款人民幣 3,900.0 百萬元（2025 年 2 月 28 日：人民幣 1,730.0 百萬元）由短期抵押銀行存款人民幣 2,630.2 百萬元（2025 年 2 月 28 日：人民幣 996.7 百萬元）提供擔保。賬面值以人民幣計值並與其公允價值相若。借款按固定利率計息，加權平均年利率為 1.2%（2025 年 2 月 28 日：1.2%）。

管理層討論及分析

市場回顧

期內，國際政治經濟環境複雜多變，而中國經濟在宏觀政策的支持下，整體呈現穩中有升的態勢。2025 年上半年，中國國內生產總值（GDP）同比增長 5.3%。具體到本集團所處的紡服行業，整體呈現「內銷溫和復甦、出口承壓、線上回暖、線下分化」的綜合態勢，疊加同期中國居民消費信心的「低位企穩，結構分化，支出重構」等特徵，整體社會零售數據中的紡織服裝行業同比溫和增長 2.5%，較去年同期略有加快，但回升速度低於同期社會消費品零售總額增速。

儘管整體零售現狀仍具挑戰，但受到政策紅利、場景細分和價值升級等因素驅動，「共振效益」為運動鞋服行業突破傳統發展空間，迎來多元增長帶來可能。期內，我們觀察到「悅己型」運動生活方式進一步普及，如露營、徒步、騎行、瑜伽等項目廣受歡迎，居民通過運動獲得身心愉悅；另一方面，具備競技屬性的戶外運動和小球類增速顯著，如越野跑、滑雪、網球等項目參與熱情高漲，其社交屬性與競技樂趣持續激發公眾的參與動力。此外，可持續發展與綠色循環經濟也正在逐步成為消費者關注的「關鍵詞」，這些變化都在逐步推動著產品價值從「物理屬性」向「精神屬性」延伸，創造差異化機遇。

向外觀：察勢者明，順勢者智

面對外部挑戰，滔搏從市場洞察、賽道拓展、場域擴容等多個維度持續發力，不斷提升自身競爭力和抗風險能力，保持戰略前瞻，與上下游夥伴緊密協作，積極推動本土化創新嘗試，為中國消費者提供全場景下的豐富選擇與精準推薦。圍繞多元細分與專業升級方向，滔搏持續加碼跑步和戶外賽道的品牌佈局，拓寬「朋友圈」；同時，自有的新銳跑步集合店 **ektos** 也以多樣化業態突破傳統零售模式，為熱愛運動的消費者們提供一站式選擇與服務，拓展「能力圈」。期內，我們繼續拓寬全域場景，推動超 3,700 家門店入駐新興的即時零售平台；同時攜手品牌合作夥伴，通過本土創新嘗試、NBA 球星中國行、越野跑賽事活動等新銳互動和呈現方式，為消費者帶來獨特的線下體驗價值。在用戶運營上，我們緊跟需求細分和升級會員等級體系，通過滔搏原創用戶 IP「滔小俠」深化用戶粘性；同時，我們踐行可持續理念，關注產品質量和生態保護，聯合品牌發起舊衣回收行動，傳遞綠色低碳的消費理念。

結合宏觀市場周期輪動、運動賽道變化、消費者行為變遷，我們在觀察中思考與迭代，致力於成為多元運動文化的積極共創者，品牌夥伴本土化創新的獨家協作者，新興線下業態的引領推動者，以及循環經濟理念的深度踐行者。

向內求：勝人者力，自勝者強

與此同時，滔搏堅定向內求進，以戰略定力應對市場波動，打磨內生能力增強企業韌性。人才戰略方面，我們發佈「有野心、強自驅、敢顛覆、會自省、勇擔當、互成就」的滔搏人才觀，著力打造兼具創新力與實戰力的成長型團隊。在全域零售運營體系方面，我們依據場景特色梳理整體矩陣式打法，全盤整合線下與線上資源，實現規模突破與效率優化的互補互促。在科技升級方面，持續推進數智戰略，優化和擴大多樣化工具的應用範圍，不斷提升多平台數智化運營效率。針對零售企業的最重要的貨品管理環節，我們持續聚焦於全域渠道下的貨品流通效率，在動態宏觀環境中謹慎把握供需平衡，實施精益化庫存管理，保持健康的資本結構和充沛的現金流，為公司戰略實施和股東回報提供堅實保障，鑄穩基業長青的基石。

期內，滔搏屢獲殊榮，品牌影響力顯著提升。我們在國際權威財經雜誌 *Extel* 評選中連續第五年獲評「最受尊崇企業」，並在首席執行官、投資者關係、ESG 等分項評選中榮膺綜合排名第一，卓越治理水準再獲國際認可。今年，公司再度入選《財富》中國 500 強榜單、連續三年位列中國連鎖經營協會「中國時尚零售與時尚消費 TOP100」前十，同時還登榜由南方都市報聯合廣東省連鎖經營協會評定的「2025 高品質消費品牌 TOP100」並獲評「消費創新案例」，企業貢獻與品牌力持續受到社會廣泛認可。

財務回顧

期內，宏觀需求擾動、線下經營環境波動、消費者信心低位逐步企穩但支出結構分化等因素仍然是整體運動鞋服行業面對的共性挑戰。受上述因素的影響，集團收入同比下降 5.8%至人民幣 12,298.6 百萬元。在全域零售能力的支持下，零售線上業務的同比增長部分緩和了零售線下業務的客流壓力。

在毛利率層面，基於整體中國運動鞋服線上市場較為濃重的促銷氛圍，疊加期內本集團零售線上業務的銷售佔比提升，使得期內折扣率同比加深，對毛利率形成負向影響。同時，期內零售業務對整體收入的貢獻佔比提高，以及起伏的市場環境下品牌夥伴給予的支持，共同對毛利率帶來正向幫助。期內，本集團毛利率表現基本穩定，同比微降 0.1 個百分點至 41.0%。

在銷售及分銷開支以及一般及行政開支方面，雖然期間零售線下客流的疲弱會對傳統門店終端的經營帶來負向經營槓桿挑戰，但受益於集團自身全域化零售佈局的持續拓寬與精益，包括：零售線下門店網路持續優化，零售線上佈局進一步拓寬且費用結構相較更優，期內銷售及分銷開支以及一般及行政開支同比下降 5.5%，費用率僅微增 0.1 個百分點至 33.2%。充分體現了集團在起伏市場環境下的審慎費用管控思路和執行力，以及全域零售網路佈局帶來的靈活與高效。

期內，在較穩定的毛利率表現下，全域佈局帶來更為靈活的費用結構，同時本集團持續精細化成本效率管理。在上述因素的協同作用下，收入下降對利潤帶來的經營負槓桿影響得到了部分緩和。期內，本公司權益持有人應佔利潤同比下降 9.7%至人民幣 789.1 百萬元，權益持有人應佔利潤率同比下降 0.3 個百分點至 6.4%。

現金是企業長青的基石。截至 2025 年 8 月 31 日，我們的現金及現金等價物為人民幣 2,538.1 百萬元，其中，經營業務所產生的現金淨額為人民幣 1,354.7 百萬元。基於此，董事會決議宣派截至 2025 年 8 月 31 日止財年中期股息每股普通股人民幣 13.00 分，派息率為 102.2%。在波動的市場環境下，我們持續保持領先於行業的高派息率水平，充分體現了我們堅定且積極地通過穩健現金創收，回饋股東的思路。

業務回顧

全域零售：開啟運動零售全域一體新範式

在消費者購物習慣與場景需求持續演變的趨勢下，滔搏以實體門店為原點，積極拓展消費互動場域，構建全域一體化零售網絡，致力於為消費者提供無縫銜接的全場景服務體驗。我們前瞻性推動傳統門店突破單一角色，形成「1（線下門店）+N（對應線上多場景佈局）」的多元運營形態—截至期末，我們的線下門店已拓展至涵蓋內容電商、私域運營、本地生活、即時零售等渠道的線上經營觸點，在貨品管理、人才能力、用戶服務、數智平台的協同支撐下，精準捕捉不同消費情境下的差異化需求。

線下網絡：結構優化，體驗升維

在門店佈局維度，我們秉持「優選 + 優化」原則，以運營效率為核心錨點，針對各品牌的差異化特徵、目標客群畫像及產品屬性，制定「一品一策」的零售門店結構調整策略。我們對新開店、改造店執行更嚴格的篩選標準：新開店主要聚焦於主力品牌的主力店型以及專業垂類品牌的新佈局，著重強化門店在消費者購物全旅程的綜合服務能力；改造店以未來經營效能提升為核心。在關店策略上結合市場動態進行優勝劣汰，緩解客流低迷對經營效益的影響。

另外，我們持續探索門店場景和業態創新，為消費者帶來全場域下更多元和有特色的消費體驗，回應年輕消費群體的興趣偏好，加速佈局兼具「功能服務+社交屬性」的門店場景。期內，滔搏運營的 norda™ 品牌快閃店亮相 2025 雲丘山越野賽 by UTMB，構建了注重試穿體驗、主打簡約美學且極具設計感的場景型獨立零售空間，吸引眾多跑者現場互動與分享。今年，主要品牌合作夥伴的 NBA 球星中國行活動由滔搏與品牌共同主導、聯合落地，覆蓋深圳、成都核心商圈的滔搏門店，活動現場粉絲熱情高漲，進一步凸顯滔搏「多元文化的積極共創者」的價值。與阿迪達斯聯合推出的 Future of Style 概念店，作為品牌本土化的重要嘗試，以充滿未來機能風的產品與門店形象，為年輕客群創造更新鮮更前沿的門店體驗。此外，我們還攜手新銳寵物品牌「誠實一口」在門店發起舊衣回收公益行動，倡導循環經濟理念，吸引近萬人參與。

截至 2025 年 8 月 31 日，我們共運營 4,688 家直營店鋪，店鋪總數同比減少 19.4%，毛銷售面積同比減少 14.1%。與 2025 年 2 月 28 日相比，店鋪總數減少 6.6%，毛銷售面積減少 4.6%。整體而言，我們深度認可實體門店在運動行業所扮演的本質性角色，對具有挖掘價值的門店進行升級，並同步積極拓展線下門店的線上能力，尋求體驗價值呈現及門店效益表現之間的理想匹配。

期間門店數量、總銷售面積及單店銷售面積變動情況：

	全年		半年	
	2023 年 2 月 28 日	2024 年 2 月 29 日	2025 年 2 月 28 日	2025 年 8 月 31 日
期初門店數量	7,695	6,565	6,144	5,020
門店淨減少數量	(1,130)	(421)	(1,124)	(332)
期末門店數量	6,565	6,144	5,020	4,688
總銷售面積同比變化	(6.8%)	(0.8%)	(12.4%)	(14.1%)
單店銷售面積同比變化	9.2%	6.0%	7.2%	6.5%

線上生態：全域融合，固本拓新

期內，我們圍繞「線上線下協同 + 差異化渠道運營」構建全域零售能力，在線上圍繞消費者需求系統性拓展多場景佈局，積極擁抱和消費者產生鏈接的新平台與新方式，以渠道精細運營、效率優化和場景創新為抓手，支撐線上業務的高質量增長。

期內，傳統線下客流持續波動仍是行業共性因素。在逆境中求突破，我們以線下門店為依托，充分延展實體門店的線上邊界，全面展開「一店 N 開」的全域鏡像門店拓展，包括搭建門店抖音直播、小紅書、微信小程序、即時零售等多樣化渠道，同時強化全域貨品調控和運營協同，培養門店人員全域銷售思維，從「等客上門」到利用全域「以貨找人」的銷售能力，一定程度上緩解客流波動的不利影響，並帶動期內全域門店店效的改善。

在不同線上場景的精細化運營方面，我們基於不同平台屬性制定差異化打法。在平台電商方面，我們聚焦社群矩陣，全域擴容，發揮多品牌優勢，並以貨品支持增效。在內容電商上，以帳號矩陣和爆款聯動滲透目標人群。私域運營通過精準的定制化社群服務，與用戶的鏈接不斷縱深。而期內新增的即時零售，則依託門店網絡滿足「隨時開練，裝備立現」的用戶運動需求。此外，我們還通過本地生活平台及異業合作，從線上向線下引流，部分彌補線下客流影響。

截至期末，我們的抖音及微信視頻號帳號超過 800 個，小程序店鋪數目超 3,600 家，即時零售入駐店鋪超 3,700 家。期內，我們抖音平台銷售保持抖音平台運動戶外榜第一，私域小程序也在騰訊官方發佈的微信熱門小程序運動戶外類排行榜中蟬聯首位。期內，包含公域和私域在內的零售線上業務銷售額實現同比雙位數增長。

多元賽道加碼：「朋友圈」擴容，「能力圈」拓展

受外部環境影響，中國消費者在愈發謹慎的同時，消費動機不再局限於實用價值，商品所承載的情緒價值與情感聯結日益重要。加之跑步領域熱度持續攀升，消費者對運動裝備的需求已從基礎實用轉向「專業性能 + 情緒價值」雙重訴求，既追求契合細分場景的進階體驗，也注重品牌與自身價值觀的情感聯結，專注垂直領域的細分運動品牌愈發受到青睞。基於此，在覆蓋綜合運動、專業運動、休閒運動及 IP 文化等多個領域的品牌矩陣中，我們敏銳把握市場機遇，將「朋友圈」再擴容，重點深化跑步和戶外細分賽道的品牌佈局，已接連開啟與跑步品牌 norda™、soar、Ciele 和戶外品牌 Norrøna 的合作，滿足差異化需求。

此外，我們也在拓展自己的「能力圈」，作為上述品牌在中國市場的獨家運營合作夥伴，滔搏將負責品牌在中國市場的品牌戰略定位、本地內容傳播、全域零售運營、社群文化培育等全鏈路運營工作，在品牌發展的不同階段對於團隊建設、市場聲量、產品迭代、標桿形象、規模貢獻各有側重，與品牌方攜手挖掘市場潛力，實現與目標用戶的有效連接和品牌的可持續健康發展。目前，上述品牌正在積極搭建社交媒體矩陣，通過大型賽事、圈層活動等吸引核心用戶，實現跨場景的品牌心智培育和精準人群錨定。渠道方面，上述品牌已陸續通過開設線上官方旗艦店，以及在線下以開辦快閃店、入駐買手店等多樣化形式與中國消費者見面。

另外，作為加碼跑步賽道以及零售業態的創新嘗試，我們期待通過跑步生活方式品牌鏈接跑者、品牌與文化。近期，我們在上海開設了第一家跑步集合店 **ektos**，以「跑者需求」為核心重構傳統線下零售語言，強調融入社區，融入跑者的生活，來增加用戶粘性。門店的多功能空間為跑者提供一站式服務，空白區域鼓勵消費者留下運動回憶物品共創文化氛圍；在選品上，聚焦專業邏輯，用專業性解決消費者痛點，並不斷引入足夠獨特的產品，保持用戶的新鮮感；其次，我們會聚焦於社群運營和內容共創，通過舉辦文化活動和跑者互動，將門店定位從單一的銷售跑步裝備場所，推動 **ektos** 成為一個傳播跑步文化、促進跑步愛好者交流和成長的平台。

用戶運營：深入挖掘，價值升級

隨著外部環境的複雜性與消費需求的波動性持續加劇，企業精準洞察消費心理、強化用戶粘性的挑戰顯著提升。面對流量紅利見頂與獲客成本攀升的行業共性問題，滔搏堅持以消費者為核心，圍繞「需求匹配 - 場景滲透 - 體驗價值」三大方向，構建多元化用戶價值體系，深度挖掘用戶潛在價值，形成用戶關係持續深化的良性發展生態。

獲客層面，我們聚焦全域管道拓展，結合全域的場景化互動、趣味行銷與跨界合作吸引新用戶，累計用戶規模達 8,900 萬；同時推動多平台用戶信息打通與整合，完善全域用戶畫像，確保用戶在全域場景下享受一致權益體驗。

存量運營層面，我們以精細化需求匹配為核心，實現現有用戶需求的深入挖掘。期內，我們升級煥新滔搏會員等級體系的名稱與權益，以此深化與用戶的情感聯結；並將原創會員 IP「滔小俠」與出行、購物、答疑等日常場景深度綁定，其線上互動活動在五一期間成功喚醒私域用戶超百萬人，貢獻破億元銷售額。同時，除了年度常規會員活動如五一集卡、99 會員月、年貨節、熱門旅遊城市活動等常規營銷節點，我們針對高頻消費用戶，推出省錢季卡，購卡用戶複購率顯著高於普通用戶。

此外，為深化與年輕消費者的情感共鳴，我們多維度激活圈層鏈接，舉辦多樣化的 IP 聯名營銷活動和線下社群體驗活動。IP 聯名方面，我們與 PINGU、BOBOtheBALL 等潮流二次元 IP 共創聯名產品並參與線下主題集市，以更有趣的形式與消費者對話。線下體驗活動方面，依託門店作為運動愛好者聚集地的屬性，我們攜手品牌合作夥伴共同主導並落地 NBA 球星中國行活動，滔搏運動社團 IP「要燃運動社」也聯合品牌合作夥伴、購物中心及運動社群共同舉辦城市騎行挑戰賽、熱舞派對、跑步訓練等多樣化線下體驗活動，通過「運動+」場景拓展強化品牌與年輕群體的價值共鳴，進一步提升用戶歸屬感與品牌好感度。

通過以上舉措，儘管消費環境波動，會員貢獻的線下門店及微信小程序零售總額（含增值稅）比例為 92.9%，複購會員對會員消費貢獻約 60%，持續保持著較高且穩健的銷售貢獻。我們對高價值會員忠誠度的培育持續得到正向回饋，儘管他們在總消費會員數目中的比例僅為中單位數，但他們對總消費會員的銷售貢獻接近 35%，高價值會員客單價持續顯著高於會員整體，約為會員平均客單價的 6 倍，其消費潛力與粘性較普通會員持續凸顯。

	截至			
	2 月 29 日 2024 年	8 月 31 日 2024 年	2 月 28 日 2025 年	8 月 31 日 2025 年
累計用戶數*（百萬）	76.3	81.0	86.0	89.1
期內#會員貢獻的線下門店及微信小程序 零售總額（含增值稅）比例	93.4%	93.7%	93.2%	92.9%

* 用戶含會員及潛在會員（即非會員的社群好友）
期內指截至 8 月 31 日的半年度及截至 2 月 28/29 日的全年度數據

數智化迭代：打造滔搏「智慧零售生態圈」

期內，我們的數字化平台整體趨向更加數智化的方向迭代，始終以「精準+高效」為思路，與業務戰略結合，聚焦全域維度下的規模拓展與降本增效。我們圍繞著全域一體化、智能化、全景化三個主題精進與發力，打造滔搏的「智慧零售生態圈」。

針對多場景下核心業務單元的聯動與協作，我們聚焦全域一體化主題，打通不同業務單元跨場景融合的信息高速公路。在商品方面，我們聚焦通過技術手段驅動庫存共用範圍提升；同樣地，在會員和營銷方面，科技力量充分支持著全域會員身份和權益的靈活通用，以及多樣化卡券類型和組合在不同業務場景下的發放與轉化，助力用戶價值挖掘與銷售轉化；在更快速和優質服務消費者方面，我們通過服務整合與智慧流轉，實現客服工單的統一性與效率化；同時，我們將全量數據匯聚至統一平台，實現數據中台的升級與遷移，提升系統利用率與運行速度，並帶來效益優化。

在全域智能化方面，我們通過數智化手段實現主要業務鏈條的優化與提效，其中包括：通過全鏈路供應鏈的時效性管控，提高庫存的上架和使用效率，以及持續迭代鋪補調工具，提升鋪補貨效率與質量；在智能化助力營銷與銷售方面，我們將商品上架功能升級，從「輔助駕駛」走向「自動駕駛」，同時通過智能商品推薦、AI 創作素材與文案和 AI 輔助選品推薦等工具，形成與用戶的自動化精準溝通；數字與智能化科技同步在驅動著運營與決策效率，實現數據驅動的門店運營自動化與精準化，完成從「被動分析」到「主動智能」的升級。

在全域全景化方面，我們著力於以數智化能力為依託，實現用戶生態的深度構建以及 AI 賦能生態下的價值提升。通過構建與用戶價值成長曲線相匹配的各項用戶運營模塊支持，助力全時段、全場景、全生命週期的「用戶生態」發展。與此同時，人工智能技術的加速滲透為零售運營革新帶來全新動能。我們圍繞著「讓 AI 成為不斷迭代和自我強化的業務增長飛輪」的思路，目前已經逐步實現了 AI 應用的自研，以及在不同場景和部分業務流程上的應用，目標構建虛實融合、場景驅動、數據互通的「AI 賦能生態」。

未來展望：篤行堅守，啟新致遠

當前，運動消費行業在政策紅利、科技迭代以及消費需求升級的多重驅動下呈現加速變化的態勢。在競爭持續加劇的大環境下，呈現出機遇與挑戰並存的態勢。面對這一局面，我們選擇積極順應趨勢，正視市場挑戰，通過前瞻性戰略佈局與敏捷的執行落地，持續打磨運動零售核心競爭力，為消費者提供超越期待的優質服務，為品牌合作夥伴搭建共贏共生的價值平台，為股東創造穩定豐厚的長期回報，致力於成為運動消費領域的首選平台。

未來發展舉措

- 聚焦全域零售、用戶、創新業態及服務，佈局長期增長
- 持續聚焦鞏固效率，鍛造零售平台的基礎韌性
- 優化完善「精準+高效」的數字化賦能支持
- 積極踐行 ESG 理念，構建生態共築與價值共贏的可持續之路

財務分析

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月，本集團的收入為人民幣 12,298.6 百萬元，對比截至 2024 年 8 月 31 日止六個月下降 5.8%。本集團的經營利潤為人民幣 993.8 百萬元，對比截至 2024 年 8 月 31 日止六個月下降 11.3%。本公司權益持有人於回顧期間應佔利潤為人民幣 789.1 百萬元，較截至 2024 年 8 月 31 日止六個月下降 9.7%。

收入

本集團的收入由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 13,054.7 百萬元，下降 5.8%至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 12,298.6 百萬元。有關下降主要是由於回顧期間內零售線下消費環境的波動造成線下客流壓力所產生的影響，惟部分因零售線上業務同比增長所彌補。下表載列所示期間按品牌類別劃分的銷售貨品、聯營費用收入及電競收入的收入明細：

	截至 8 月 31 日止六個月				下降率
	2025 年		2024 年		
	收入	佔總計%	收入	佔總計%	
主力品牌*	10,811.5	87.9%	11,351.3	87.0%	4.8%
其他品牌*	1,412.1	11.5%	1,608.8	12.3%	12.2%
聯營費用收入	62.1	0.5%	73.2	0.5%	15.2%
電競收入	12.9	0.1%	21.4	0.2%	39.7%
總計	12,298.6	100.0%	13,054.7	100.0%	5.8%

單位：人民幣百萬元

* 主力品牌包括耐克及阿迪達斯。其他品牌包括彪馬、匡威、威富集團的品牌（即范斯、The North Face 及添柏嵐）、亞瑟士、鬼冢虎、斯凱奇、NBA、李寧、HOKA ONE ONE 及凱樂石。主力品牌及其他品牌乃根據本集團的相對收入來區分。

本集團直接通過零售業務向消費者或通過批發業務向下游零售商銷售源自國際及國產運動品牌的運動鞋服產品。下表載列所示期間按銷售渠道劃分的銷售貨品、聯營費用收入及電競收入的收入明細：

	截至 8 月 31 日止六個月				下降率
	2025 年		2024 年		
	收入	佔總計%	收入	佔總計%	
零售業務	10,600.6	86.2%	10,924.7	83.7%	3.0%
批發業務	1,623.0	13.2%	2,035.4	15.6%	20.3%
聯營費用收入	62.1	0.5%	73.2	0.5%	15.2%
電競收入	12.9	0.1%	21.4	0.2%	39.7%
總計	12,298.6	100.0%	13,054.7	100.0%	5.8%

單位：人民幣百萬元

盈利能力

本集團的經營利潤下降 11.3%至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 993.8 百萬元。本公司權益持有人應佔利潤下降 9.7%至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 789.1 百萬元。

	截至 8 月 31 日止六個月		
	2025 年	2024 年	下降率
收入	12,298.6	13,054.7	5.8%
銷售成本	(7,261.2)	(7,692.3)	5.6%
毛利	5,037.4	5,362.4	6.1%
毛利率	41.0%	41.1%	

單位：人民幣百萬元

銷售成本由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 7,692.3 百萬元，下降 5.6%至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 7,261.2 百萬元。本集團的毛利由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 5,362.4 百萬元，下降 6.1%至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 5,037.4 百萬元。

於回顧期間，本集團的毛利率為 41.0%，較截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的 41.1%略為下降 0.1 個百分點。毛利率下降主要是由於期內本集團零售線上業務的銷售佔比有所提升及其折扣率較零售線下業務為高，這對毛利率造成負向影響，惟部分因期內零售業務對整體收入的貢獻佔比提高及品牌夥伴的支持所彌補。截至 2025 年 8 月 31 日，存貨對比截至 2024 年 8 月 31 日的人民幣 6,119.9 百萬元，同比下降 4.7%至人民幣 5,833.9 百萬元。

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的銷售及分銷開支為人民幣 3,575.4 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 3,821.9 百萬元），佔本集團收入 29.1%（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：29.3%）。銷售及分銷開支主要包括租賃開支、與門店相關的使用權資產折舊、銷售人員的薪金及佣金、其他折舊及攤銷費用、使用權資產減值以及其他費用（主要包括門店經營開支、物業管理費、物流開支及線上服務費）。銷售及分銷開支下降主要是由於期內宏觀需求波動，整體線下客流疲弱，直營門店數目同比減少等因素影響收入表現，令相關租賃開支、與門店相關的使用權資產折舊以及銷售人員的薪金及佣金等銷售及分銷開支減少，惟部分因回顧期間內零售線上業務增加令線上平台服務費及物流費用增加所抵銷。

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的一般及行政開支為人民幣 505.5 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 495.0 百萬元），佔本集團收入 4.1%（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：3.8%）。一般及行政開支主要包括與辦公室相關的租賃開支、管理及行政人員薪金、折舊及攤銷費用、其他稅項開支及其他費用。一般及行政開支增加主要由於回顧期間內員工成本開支以及其他稅項開支增加。

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的銷售及分銷開支以及一般及行政開支佔本集團收入 33.2%（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：33.1%），略為增加 0.1 個百分點。

融資收入由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 46.8 百萬元下降至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 43.3 百萬元。融資收入下降是由於截至 2025 年 8 月 31 日止六個月加權平均年利率較去年同期為低，令銀行存款的利息收入減少，惟因平均銀行存款結餘同比增加所抵銷。

融資成本由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 59.3 百萬元下降至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 52.1 百萬元，主要是由於回顧期間內租賃負債利息減少，惟部分因截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的平均短期借款結餘較去年同期為高，令短期借款的利息支出增加所抵銷。

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的所得稅開支為人民幣 197.0 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 234.6 百萬元）。實際所得稅稅率由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的 21.2% 下降 1.2 個百分點，至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的 20.0%。本集團在中國大陸的法定所得稅稅率約為 25%，並對本公司在中國的子公司的保留溢利計提預扣稅。

其他收入

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的其他收入為人民幣 39.0 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 77.2 百萬元），主要包括政府補貼。

資本開支

本集團的資本開支主要包括物業、廠房及設備及無形資產的開支。截至 2025 年 8 月 31 日止六個月，總資本開支為人民幣 132.7 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 207.4 百萬元）。

每股基本盈利

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月，每股基本盈利由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 14.09 分，下降 9.7% 至人民幣 12.72 分。

每股基本盈利乃以截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的本公司權益持有人應佔利潤人民幣 789.1 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 873.8 百萬元）除以本公司已發行普通股加權平均數，即 6,201,222,024 股（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：6,201,222,024 股）。

		截至 8 月 31 日止六個月	
		2025 年	2024 年
本公司權益持有人於期內應佔利潤	人民幣百萬元	<u>789.1</u>	<u>873.8</u>
就每股基本盈利而言的普通股加權平均數	千股	<u>6,201,222</u>	<u>6,201,222</u>
每股基本盈利	人民幣分	<u>12.72</u>	<u>14.09</u>

流動資金及財務資源

於回顧期間，經營產生的現金淨額由截至 2024 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 2,702.9 百萬元，減少人民幣 1,277.3 百萬元至截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的人民幣 1,425.6 百萬元。

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月，投資活動所使用的現金淨額為人民幣 90.3 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：所使用的現金淨額為人民幣 110.4 百萬元）。於回顧期間，本集團投資人民幣 125.1 百萬元於購買物業、廠房及設備及無形資產支付款項以及存入其他銀行存款人民幣 9,950.0 百萬元。惟因出售物業、廠房及設備所得款項人民幣 1.4 百萬元、提取其他銀行存款人民幣 9,950.0 百萬元以及已收利息人民幣 33.4 百萬元所抵銷。

於回顧期間，融資活動所使用的現金淨額為人民幣 1,313.7 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：所使用的現金淨額為人民幣 1,619.5 百萬元），乃主要是本集團於期內償還短期借款人民幣 2,130.0 百萬元、存入短期抵押銀行存款人民幣 2,630.2 百萬元、支付租賃負債（含利息）人民幣 570.7 百萬元以及派付 2024/25 年末期股息人民幣 124.0 百萬元及 2024/25 年特別股息人民幣 744.1 百萬元。惟部分因短期借款所得款項人民幣 3,900.0 百萬元及提取短期抵押銀行存款人民幣 996.7 百萬元所抵銷。

於 2025 年 8 月 31 日，本集團持有短期抵押銀行存款以及現金及現金等價物合共人民幣 5,168.3 百萬元，扣減短期借款人民幣 3,900.0 百萬元後，錄得淨現金狀況人民幣 1,268.3 百萬元。於 2025 年 2 月 28 日，本集團持有短期抵押銀行存款以及現金及現金等價物合共人民幣 3,584.1 百萬元，扣減短期借款人民幣 2,130.0 百萬元後，錄得淨現金狀況人民幣 1,454.1 百萬元。

槓桿比率

於 2025 年 8 月 31 日，本集團的槓桿比率（債務淨額（短期借款減銀行存款、現金及現金等價物）除以資本總額（權益總額加債務淨額））處於淨現金狀況（2025 年 2 月 28 日：淨現金狀況），短期抵押銀行存款以及現金及現金等價物的結餘總額超逾短期借款的結餘總額為人民幣 1,268.3 百萬元（2025 年 2 月 28 日：人民幣 1,454.1 百萬元）。

資產抵押

於 2025 年 8 月 31 日，除短期抵押銀行存款人民幣 2,630.2 百萬元外，本集團並未就其任何銀行貸款抵押任何資產。

人力資源

於 2025 年 8 月 31 日，本集團聘用合共 24,273 名員工（2025 年 2 月 28 日：27,279 名員工）。截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的員工成本總額為人民幣 1,291.3 百萬元（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：人民幣 1,361.5 百萬元），佔本集團收入 10.5%（截至 2024 年 8 月 31 日止六個月：10.4%）。本集團為其員工提供具競爭力的薪酬組合，包括強制性退休基金、保險及醫療福利。此外，本集團亦會按本集團業績及個別員工表現向合資格員工發放酌情花紅。本集團亦投入資源為管理人員和僱員提供持續教育及培訓，旨在不斷改善他們的技術及知識水平。

一般資料

中期股息

本公司董事會（「董事會」）決議宣派截至 2025 年 8 月 31 日止六個月的中期股息每股普通股人民幣 13.00 分（「中期股息」），合共人民幣 806.2 百萬元。

中期股息將於 2025 年 12 月 18 日（星期四）前後派付予 2025 年 12 月 5 日（星期五）名列本公司股東名冊上的股東。

以港元派付股息的實際兌換率是以香港銀行公會於 2025 年 10 月 22 日（星期三）所報人民幣兌換港元的離岸電匯買入價（人民幣 1.00 元=1.0779 港元）折算。該日為董事會宣派中期股息。因此，本公司中期股息為每股普通股 14.01 港分。

董事會認為，本公司於緊隨支付中期股息後仍將有能力支付其日常業務過程中到期的債務，宣派中期股息將不會對本公司的業務產生不利影響。

暫停辦理股份過戶登記手續

中期股息將於 2025 年 12 月 18 日（星期四）或前後派付予 2025 年 12 月 5 日（星期五）名列本公司股東名冊上的股東。為確定合資格享有中期股息的股東名單，本公司將由 2025 年 12 月 3 日（星期三）至 2025 年 12 月 5 日（星期五）（首尾兩日包括在內）期間暫停接受登記，上述期間內不會辦理任何股份過戶手續。為符合資格領取上述的中期股息，所有股份過戶文件連同有關股票最遲須於 2025 年 12 月 2 日（星期二）下午四時三十分前，一併交回本公司的股份過戶登記處香港分處香港中央證券登記有限公司。

香港中央證券登記有限公司的地址為香港灣仔皇后大道東 183 號合和中心 17 樓 1712 至 1716 號舖。

企業管治

本公司的企業管治常規乃根據上市規則附錄 C1 所載企業管治守則（「企業管治守則」）載列的原則及守則條文為基礎，而本公司已採納企業管治守則為其自身企業管治守則。

截至 2025 年 8 月 31 日止六個月，除企業管治守則的守則條文第 C.2.1 條外，本公司已遵守企業管治守則所載之所有適用守則條文。

企業管治守則的守則條文第 C.2.1 條規定，主席與首席執行官之角色應有區分，並不應由一人同時兼任。本公司首席執行官于武先生兼任本公司主席之職。考慮到董事會現有組成及于先生在鞋類及運動鞋服業務方面的豐富經驗，董事會認為，于先生兼任主席及首席執行官可為本集團提供貫徹一致的領導及有效落實長期業務戰略。由於所有重要決策均由董事會成員及相關董事會委員會磋商後作出，且董事會具備獨立非執行董事提供獨立見解，董事會認為，已設立充足的保障措施，確保董事會內權力充分平衡，以保障本公司及其股東的利益。

董事會將定期檢討及提升其企業管治常規以確保本公司繼續符合企業管治守則的規定。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄 C3 所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）以作為本公司董事證券交易的一套守則。經具體查詢後，每位董事均確認於 2025 年 3 月 1 日至 2025 年 8 月 31 日期間一直遵守標準守則所訂的標準。

審核委員會

審核委員會的主要職責為審閱及監督本集團的財務申報程序及內部控制系統，審查本集團的財務資料以及省覽有關外部核數師及其委任事宜。

審核委員會由三名獨立非執行董事組成，分別為林耀堅先生、華彬先生及黃偉德先生。審核委員會主席為林耀堅先生，林先生具專業會計資格。

審核委員會已與管理層審閱本集團採納之會計準則及慣例，並討論內部監控及財務匯報事宜，包括審閱截至 2025 年 8 月 31 日止六個月之中期財務資料。

薪酬委員會

薪酬委員會由三名成員組成，分別為華彬先生、于武先生及林耀堅先生，其中兩名為獨立非執行董事。薪酬委員會主席為華彬先生。

薪酬委員會的主要職責包括（但不限於）：

- 就董事及高級管理層之薪酬政策及架構向董事會提出建議，並就訂立薪酬政策建立正式及具透明度的程序；
- 就董事及高級管理層的特別薪酬待遇條款向董事會提出建議；及
- 藉參考董事不時議決的企業目的與目標，審閱及批准以表現為基準的薪酬。

董事酬金乃參考各董事的技能、經驗、職責、僱傭條件及對本集團事務及表現的時間投入以及可比較公司支付的薪金及當前市況釐定。

概無董事放棄或同意放棄任何薪酬，且本集團並無向任何董事支付任何酬金作為其加入本集團或於加入本集團時的獎勵或作為離職補償。

提名委員會

提名委員會的主要職責為識別、篩選及向董事會推薦合適的候選人出任本公司董事，監督評估董事會表現的程序，檢討董事會的架構、規模及組成人員，以及評估獨立非執行董事的獨立性。在物色及挑選董事候選人時，提名委員會在向董事會推薦前將考慮候選人性格、資格、經驗、獨立性、時間投入及其他必要有關標準（如適用）以補充公司策略及達致董事會多元化。

提名委員會由三名成員組成，分別為黃偉德先生、于武先生及林耀堅先生，其中兩名為獨立非執行董事。提名委員會主席為黃偉德先生。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於回顧期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

足夠公眾持股量

根據本公司可查閱的公開資料及據董事所悉，於本公告日，本公司維持上市規則所規定的公眾最低持股量。

承董事會命
滔搏國際控股有限公司
于武
主席兼首席執行官

香港，2025年10月22日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事于武先生及梁錦坤先生、非執行董事盛放先生、翁婉菁女士及胡曉玲女士，以及獨立非執行董事林耀堅先生、華彬先生及黃偉德先生。

本中期業績公告分別刊登於香港聯合交易所有限公司之網站（www.hkexnews.hk）及本公司網站（www.topsports.com.cn）。本公司之中期報告將於適當時間寄發予股東，並將分別於香港聯合交易所有限公司網站及本公司的網站登載。